



## UvA-DARE (Digital Academic Repository)

### Coping with diversity: exposure to public-affairs TV in a changing viewing environment

Wonneberger, A.

**Publication date**  
2011

[Link to publication](#)

#### **Citation for published version (APA):**

Wonneberger, A. (2011). *Coping with diversity: exposure to public-affairs TV in a changing viewing environment*. [Thesis, fully internal, Universiteit van Amsterdam].

#### **General rights**

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

#### **Disclaimer/Complaints regulations**

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, P.O. Box 19185, 1000 GD Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

## NEDERLANDSE SAMENVATTING

De televisie werd lang als één van de belangrijkste bronnen voor politieke en maatschappelijke informatie beschouwd. Nieuws- en actualiteitenprogramma's konden een brede groep kijkers bereiken onafhankelijk van hun socioeconomische status of hun interesse voor nieuws en politiek. Door enorme veranderingen in zowel het programma-aanbod als het kijkgedrag is de relevantie van televisie als informatiemedium echter niet meer vanzelfsprekend. De uitbreiding van het programma-aanbod heeft geleid tot zorgen over een mogelijke fragmentatie en specialisatie van het publiek. De steeds grotere verscheidenheid aan programma's vereenvoudigt selectieve programmakeuzes. Met name voor kijkers die niet geïnteresseerd zijn in nieuws en actualiteiten wordt het mogelijk om informatieprogramma's te omzeilen of te kiezen voor aantrekkelijkere *soft news* of *infotainment*-formats. Dergelijke verschuivingen in het individuele kijkgedrag zijn tot nu toe nog niet op lange termijn onderzocht. In deze dissertatie wordt onderzocht wat de consequenties zijn van een veranderende kijkomgeving voor de consumptie van nieuws- en actualiteitenprogramma's in Nederland van 1988 tot en met 2010.

Als uitgangspunt wordt een geïntegreerde theoretische benadering van mediagebruik gehanteerd. Deze is gebaseerd op individuele perspectieven op mediagebruik zoals de *uses-and-gratifications* benadering alsmede de structurele benadering van *audience duplication* onderzoek. De invloeden van zowel de motieven van kijkers als aspecten van kijksituaties worden geïntegreerd om een allesomvattend beeld van het kijkgedrag te kunnen schetsen.

Deze theoretische benadering wordt vervolgens op de consumptie van informatieprogramma's in Nederland toegepast. Gedurende twee decennia is het Nederlandse nationale televisieaanbod sterk veranderd. Van twee nationale publieke zenders in 1988 is het aanbod uitgegroeid tot een breed scala van publieke en commerciële zenders. Meer competitie heeft ook geleid tot meer variatie in de nieuws- en actualiteitenprogrammering. Om te analyseren hoe het publiek op deze uitbreiding van de programmering heeft gereageerd, gebruikt deze studie *people-meter* data op het niveau van individuele kijkers. Deze elektronisch verzamelde kijkdata leveren precieze metingen van het kijkgedrag in het algemeen en de consumptie van nieuws- en actualiteitenprogramma's in het bijzonder.

Uit een vergelijking van verschillende manieren om nieuwskijkgedrag met peoplemeter data te meten blijkt dat het kijken naar nieuwsprogramma's drie dimensies omvat: kijkvolume, selectief keuzegedrag en kijkproportie. Ondanks de verwachting dat keuzegedrag bij een toename van keuzemogelijkheden steeds belangrijker zal worden, kunnen verschillen tussen kijkers het beste door het kijkvolume verklaard worden.

In een cross-sectionele analyse van het volume van nieuwsconsumptie worden motivationele en situationele invloedfactoren vergeleken. Aspecten van kijksituaties zoals de tijd die mensen aan TV-kijken besteden, het kijken van opvolgende programma's op dezelfde zender en de aanwezigheid van medekijkers blijken van sterkere invloed op het kijken naar nieuws dan motivaties als interesse voor nieuws en politiek, of actieve programmakeuzes. Een longitudinale studie van nieuwsconsumptie laat zien dat de overheersende invloed van de kijksituatie over de gehele periode van onderzoek aanhoudt. Ten slotte toont een analyse van kijkpatronen dat individuele kijkers naar verloop van tijd naar een grotere variatie van informatieprogramma's zijn gaan kijken – van serieuze tot lichte, meer vermakelijke genres. Diversiteit en hoeveelheid van de gekeken informatieprogramma's blijken vooral met het persoonlijke belang voor het medium televisie samen te hangen.

In tegenstelling tot de vrees voor fragmentatie en specialisatie van het publiek, brengen Nederlandse kijkers meer tijd door met een grotere diversiteit aan nieuws- en actualiteitenprogramma's. Vooral het kijken naar traditionele nieuwsprogramma's is gestegen. De kijkers zijn niet van traditionele, serieuze genres naar een lichtere programmering gemigreerd, maar hebben meer diversiteit in hun kijkpatronen geïntegreerd. De toenemende relevantie van de TV als informatiemedium kan worden begrepen als een samenspel van het specifieke programma-aanbod en de kenmerken van het publiek. De resultaten impliceren dat kijkgewoontes, geactiveerd door situationele factoren, sterker worden in complexere keuzesituaties. De typisch West-Europese mix van publieke en commerciële zenders evenals de lange traditie en goede reputatie van de Nederlandse informatieprogrammering zou stabiele kijkgewoontes kunnen bevorderen.

De toenemende aandacht voor informatieprogramma's onderstreept de uitzonderlijke Nederlandse situatie. De positieve trends gelden echter niet in de zelfde mate voor jongere kijkers. De afnemende aandacht voor nieuws en actualiteiten onder jongeren en mogelijke consequenties hiervan voor politieke betrokkenheid zal één van de grootste uitdagingen zijn voor de toekomst van de TV als een politiek en maatschappelijk informatiemedium.